

TUGAS AKHIR

**PROSES PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM
OLEH DESIGN & DIGITAL MARKETING
PADA STHALA, a TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL,
UBUD BALI BY MARRIOTT INTERNATIONAL**



Ni Made Seriasih

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

TUGAS AKHIR

PROSES PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM OLEH DESIGN & DIGITAL MARKETING PADA STHALA, a TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL, UBUD BALI BY MARRIOTT INTERNATIONAL



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Oleh:
Ni Made Seriasih
1915823144**

**PROGRAM STUDI DIII PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

**PROSES PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM
OLEH DESIGN & DIGITAL MARKETING
PADA STHALA, a TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL,
UBUD BALI BY MARRIOTT INTERNATIONAL**

Oleh
Ni Made Seriasih
NIM 1915823144

Tugas Akhir ini Diajukan guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

Disetujui oleh :

Pembimbing I,



Kanah, S.Pd., M. Hum
NIP 197004121998022001

Pembimbing II,



Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M
NIP 196212311990102001

Disahkan oleh
Jurusan Pariwisata
Ketua,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D
NIP 196312281990102999



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN PARIWISATA**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ni Made Seriasih
NIM : 1915823144
Program Studi : DIII Perhotelan, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul:

**"PROSES PEMBUATAN IKLAN INSTAGRAM
OLEH DESIGN & DIGITAL MARKETING
PADA STHALA, a TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL,
UBUD BALI BY MARRIOTT INTERNATIONAL"**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, Agustus 2022
Yang membuat pernyataan,



Nama: Ni Made Seriasih
NIM : 1915823144
PS : DIII Perhotelan
Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Proses Pembuatan Iklan *Instagram* Oleh Design & Digital Marketing, Pada Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International” ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
3. Dr. Ginaya, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
4. Ni Wayan Wahyu Astuti ,SST Par., M.Par, selaku Kaprodi DIII Perhotelan Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Program Studi DIII Perhotelan Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

5. Kanah, S.Pd., M.Hum, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Dra. Ni Nyoman Triyuni, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Bapak I Ketut Lasta Arimbawa, selaku General Manager Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International yang telah memberikan izin kepada penulis untuk memperoleh informasi di Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International Bali untuk mendukung penulisan tugas akhir ini.
8. Bapak Sugeng Purnomo selaku Director of Sales and Marketing dan Ibu Ayu Sri Ekayuni selaku Revenue Management Manager Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh data yang digunakan dalam tugas akhir ini.
9. Ibu Linda Oktari Dewi, selaku Human Resources Executive Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International yang telah memberikan saran dan motivasi saat penulis mengerjakan tugas akhir ini.
10. I Ketut Suidiana dan Ni Made Budartini, orang tua penulis yang telah memberikan motivasi dan doa selama penulisan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga tugas akhir yang penulis susun ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Atas segala perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Badung, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR OROSINALITAS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	4
1. Tujuan Penulisan	4
2. Kegunaan penulisan	5
D. Metodologi Penulisan Tugas Akhir	6
1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	6
2. Metode dan Teknik Analisis Data	7
3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Pengertian Hotel.....	8
B. Pengertian Serta Bagian Dari Sales & Marketing (Pemasaran).....	9
C. Pengertian <i>Digital Marketing</i> /Pemasaran <i>Online</i>	10
D. Pengertian dan Jenis-jenis Sosial Media	11
E. Pengertian Iklan	13
F. Pengertian <i>Instagram</i>	14
G. Pengelola Iklan <i>Instagram</i>	16
H. Pengertian Proses Produksi	16
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
A. Lokasi dan Sejarah Perusahaan / Hotel	18
1. Lokasi Perusahaan/Hotel.....	18
2. Sejarah Perusahaan / Hotel.....	18
B. Bidang Usaha dan Fasilitas Perusahaan / Hotel.....	20

1. Bidang Usaha Perusahaan/Hotel	20
2. Fasilitas Perusahaan/Hotel	20
C. Struktur Organisasi Perusahaan/Hotel	24

BAB IV PEMBAHASAN..... 29

A. Proses Pembuatan Iklan <i>Instagram</i> Oleh Design & Digital Marketing	29
1. Tahap Persiapan	29
2. Tahap Pembuatan	35
3. Tahap Akhir	42
B. Hambatan Saat Pembuatan/Pelaksanaan dan Solusi	47

BAB V PENUTUP..... 49

A. Simpulan	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Isi	Halaman
Bagan 3.1 Struktur Sales & Marketing Department:	25
Gambar 4.1 <i>Instagram Story</i> dengan fitur <i>swipe up</i>	33
Gambar 4.2 <i>Artboard</i>	40
Gambar 4.3 Memasukan Elemen dan Logo	40
Gambar 4.4 Memasukan Gambar dan <i>Wording</i>	41
Gambar 4.5 <i>Schedule</i> iklan di <i>Meta Business Suite</i>	44
Gambar 4.6 Rekap <i>insight IG Story</i>	46

DAFTAR TABEL

Isi	Halaman
Tabel 3.1 Fasilitas Kamar di Sthala, a Tribute Portfolio, Ubud Bali by Marriott International.....	20
Tabel 3.2 Restoran dan Bar.....	21
Tabel 3.3 Kapasitas <i>MICE (Meeting, Incentives, Conferencing, and Exhibitions)</i>	22
Tabel 3.4 <i>Wedding Package</i>	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: *Standart Grooming*

Lampiran 2: Area Kerja

Lampiran 3: *Adobe Illustrator*

Lampiran 4: *Adobe Premiere Pro*

Lampiran 5: *Adobe Lightroom*

Lampiran 6: *Adobe Photoshop*

Lampiran 7: Akun *Instagram* Hotel

Lampiran 8: *Eflyer* atau *IG Story flyer*

Lampiran 9: *Artwork Status Report*

Lampiran 10: *Eflyer* format JPG yang telah disimpan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sales & Marketing Department merupakan salah satu departemen di hotel yang sangat penting keberadaannya, karena departemen ini bertugas untuk memasarkan setiap produk yang ada. Departemen ini membuat segala bentuk promosi dari produk-produk hotel mulai dari kamar, fasilitas, promo, *F&B Offer*, dan masih banyak lagi. Departemen Sales & Marketing di Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International dibagi menjadi beberapa seksi yaitu Sales Admin, Reservation Agent, dan Design & Digital Marketing. Setiap seksi memiliki tugasnya masing-masing, Sales Admin bertugas untuk menerima pemesanan kamar dari sosial media, Reservation Agent bertugas untuk memproses pemesanan kamar, dan Design & Digital Marketing bertugas untuk membuat segala bentuk promosi digital dan memasarkannya melalui sosial media.

Dalam melakukan pemasaran produk untuk mencapai target pemasaran, diperlukan bahan dan cara promosi yang menarik minat konsumen, apalagi di zaman sekarang yang sudah memasuki era digitalisasi. Orang-orang di seluruh dunia dapat dengan mudah berkomunikasi melalui perangkat digital yang terhubung dengan akses internet. Bukan hanya itu, dengan kemajuan teknologi, kegiatan jual beli dapat dilakukan melalui layanan jejaring sosial yang tersedia di berbagai *platform online*. Pemasaran secara digital atau *digital Marketing* sudah banyak diterapkan oleh hotel di seluruh dunia untuk memasarkan produk-produk

mereka, karena media digital dapat membantu menyampaikan informasi ke pemirsa yang lebih luas daripada media cetak seperti, koran, buku, dan majalah. Salah satu media yang paling menjanjikan untuk melakukan pemasaran secara online adalah media sosial. Media sosial atau jejaring sosial merupakan jaringan online yang menghubungkan orang-orang di seluruh dunia melalui unggahan dapat berupa foto, video maupun tulisan di halaman media sosial mereka. Isi dari unggahan biasanya mengandung unsur-unsur sosial, kebutuhan hiburan, informasi data diri, promosi, dan lain-lain. Pada masa sekarang, peran media sosial menjadi suatu kebiasaan yang tidak terpisahkan dari kegiatan sehari-hari orang-orang di seluruh dunia, dan bila tidak memiliki media sosial maka akan dipandang kuno dan tidak mengikuti zaman. Oleh karena itu seiring berjalannya waktu orang-orang mulai menggunakan media sosial untuk menyebarluaskan pendapat, mendapatkan informasi, maupun hanya untuk sekedar hiburan. Dengan penggunaannya yang sangat banyak dan tersebar luas di berbagai daerah, media sosial juga digunakan oleh beberapa kalangan dari usaha yang kecil maupun perusahaan besar untuk memasarkan produk dan jasa yang mereka sediakan.

Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International sudah terdaftar dan aktif menggunakan beberapa sosial media, yaitu: *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp*, *youtube* dan *Twitter* untuk melakukan promosi dengan target pemasaran yang lebih luas. Dari semua akun sosial media yang dimiliki oleh hotel, *Instagram* memiliki pengikut terbanyak yaitu 10,7 ribu orang sedangkan halaman *Facebook* memiliki 2.432 suka, *Twitter* dengan 521 pengikut, dan *Youtube* dengan

78 *subscriber*. Melihat jumlah dari pengikut yang dimiliki akun *Instagram* sangat tinggi, maka kebanyakan promosi produk hotel akan dilakukan di *Instagram*.

Instagram merupakan aplikasi yang dinaungi oleh perusahaan raksasa dunia yaitu Meta yang mengelola *Instagram* mengelola *Facebook* dan *Whatsapp*. Menurut data dari *Business of Apps*, pada tahun 2022 *Instagram* memiliki pengguna sebanyak 1,96 miliar orang yang tersebar di berbagai negara di seluruh dunia. Pengguna tertinggi berada di kawasan Asia Pasifik yang mencapai 893 juta orang disusul dengan kawasan Eropa berjumlah 338 juta orang dan kawasan Amerika Selatan yang berjumlah 289 juta orang. *Instagram* menempati peringkat ke 3 dalam kategori aplikasi gratis teratas dengan rating 4,8 dari 5 di *Apps Store*.

Dengan banyaknya pengguna yang setiap harinya selalu menjelajahi konten-konten yang tersebar di halaman *Instagram*, membuatnya dapat menjadi ladang bisnis yang sangat berpotensi tinggi untuk melakukan promosi dan pemasaran produk-produk hotel. Hal ini dilihat dan diamati oleh Digital Marketing section sebagai kesempatan bagi hotel untuk melakukan promosi dan pengiklanan yang menasar pengguna *Instagram*. Iklan *Instagram* biasanya dibuat dalam bentuk *IG Story Flyer* yang akan diposting setiap hari di fitur *Instastory* serta dalam bentuk *Newsfeed* yang di posting di halaman *Instagram* saat ada promo dan paket produk hotel terbaru. Dalam melakukan pengiklanan diperlukan cara dan strategi yang tepat dengan menggunakan bahan iklan sehingga membuat calon konsumen di *Instagram* tertarik untuk menyimak iklan dengan tujuan mengagiring calon konsumen untuk melakukan pembelian produk hotel. Iklan yang menarik perlu

dibuat dengan proses yang memperhatikan jenis produk yang dijual serta keinginan dari konsumen dengan tetap mengikuti perkembangan tren di *Instagram*.

Hal inilah yang menjadi dasar bagi penulis untuk membuat judul dari tugas akhir yaitu, "Proses Pembuatan Iklan *Instagram* Oleh Design & Digital Marketing Pada Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan rumusan permasalahan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini yaitu:

1. Bagaimanakah proses pembuatan iklan *Instagram* oleh Design & Digital Marketing pada Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International
2. Kendala-kendala apa sajakah yang ditemui dalam proses pembuatan iklan *Instagram* oleh Design & Digital Marketing pada Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International.?

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dan kegunaan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah diuraikan, yaitu:

- a. Mengetahui proses pembuatan iklan *Instagram* oleh Design & Digital Marketing di Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International.

b. Mengetahui kendala-kendala dari proses pembuatan iklan *Instagram* oleh Design & Digital Marketing di Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International serta cara untuk mengatasi permasalahan tersebut.

2. Kegunaan penulisan

Kegunaan penulisan tugas akhir ini antara lain:

a. Bagi mahasiswa

- 1) Sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan DIII Perhotelan Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali
- 2) Sebagai tolak ukur seberapa efektif pembelajaran yang didapatkan selama proses perkuliahan saat diterapkan langsung di dunia kerja.
- 3) Mengetahui detail mengenai proses pembuatan iklan *Instagram*

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

- 1) Digunakan sebagai sumber dan pedoman materi pembelajaran untuk proses belajar mengajar mahasiswa Jurusan Pariwisata seterusnya. Serta menjadi sumber referensi di perpustakaan Politeknik Negeri Bali
- 2) Mengukur kemampuan mahasiswa dalam mengemukakan ide dan gagasan mengenai proses pembuatan iklan di *Instagram*.

c. Bagi Perusahaan

- 1) Sebagai pedoman, masukan dan saran untuk peningkatan kinerja operasional kedepannya.
- 2) Dapat mengetahui letak kelemahan dari proses pembuatan iklan, sehingga dapat dilakukan tindakan yang tepat untuk mengatasi kelemahan tersebut.

D. Metodologi Penulisan Tugas Akhir

Dalam menyelesaikan laporan akhir ini penulis menggunakan beberapa metode penulisan diantaranya:

1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Metode Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung pembuatan iklan *Instagram* mulai dari pengamatan media yang digunakan untuk membuat iklan, proses pembuatan iklan, hingga proses penyebaran iklan.
- b. Metode Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan cara menanyakan secara langsung informasi mengenai proses pembuatan iklan *Instagram* kepada para *associate* Sales & Marketing Department Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International mengenai media yang digunakan untuk membuat iklan, produk apa yang akan dibuatkan iklan, langkah-langkah pembuatan iklan, dan target dari iklan, serta cara menyebarkan iklan di *Instagram*
- c. Metode Kepustakaan, yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca berbagai informasi dari sumber-sumber media pustaka seperti buku, majalah, dan artikel.

Penerapan metode di atas ditindaklanjuti dengan teknik seperti: teknik catat, teknik rekam, dan teknik pengambilan gambar.

2. Metode dan Teknik Analisis Data

Metode analisis yang penulis gunakan dalam menyusun laporan tugas akhir ini adalah teknik analisis deskriptif, yaitu metode penguraian masalah dari data-data dan informasi yang didapat selama menjalani praktek kerja lapangan di Sthala, a Tribute Portfolio Hotel, Ubud Bali by Marriott International.

3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis

Metode penyajian hasil analisis yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Metode Informal, merupakan metode perumusan data dengan kalimat deskriptif atau biasa.
- b. Metode Formal, yaitu metode perumusan data dengan tanda atau lambang-lambang tertentu seperti, tabel, foto, dan sebagainya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan di Bab 4 tahap pembuatan iklan *Instagram* dapat dibagi menjadi 3 tahap yaitu:

1. Tahap Persiapan:

d. Persiapan diri

Dalam tahap ini penulis melakukan persiapan yaitu absensi sebelum memasuki area kerja dan memeriksa kesiapan *grooming* dan *uniform*

e. Persiapan area kerja

Hal-hal yang harus dilakukan saat menyiapkan area kerja diantaranya, menyalakan komputer dan mengoperasikan *Adobe Illustrator, Adobe Premiere Pro, Adobe Lightroom, Adobe Photoshop, Meta Business Suite, Instagram, Whatsapp,* dan *Hotel Website*. Lalu dilanjutkan dengan, menyiapkan *handphone marketing communication* dan menyiapkan Alat Tulis.

2. Tahap Pembuatan

Setelah semua alat di area kerja dipersiapkan, maka akan dilanjutkan dengan tahap pembuatan yang terdiri dari penentuan produk yang akan dibuatkan iklan atau perancangan, penerimaan detail promosi, penentuan jenis iklan, pencatatan status pekerjaan, pembuatan *lay out*, proses editing foto, proses

desain *eflyer*, proses pengecekan, dan yang terakhir adalah proses penyimpanan.

3. Tahap Akhir

Setelah tahap pembuatan selesai, maka tahap akhir yang harus dilakukan yaitu:

- c. Proses *Approval*
- d. Publikasi iklan di *Instagram*
- e. Penanganan *engagement* dari calon pembeli
- f. Pembuatan Laporan Iklan

B. Saran

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami penulis yang telah dibahas di bab 4, maka penulis menyarankan kepada perusahaan:

1. Lebih cepat dan serius dalam menangani proses *approval* dari sebuah *artwork* supaya tidak ada promo-promo yang gagal atau terlambat untuk dipublikasikan.
2. Menjelaskan dengan lebih detail standar hotel untuk elemen yang boleh digunakan dalam sebuah *artwork* supaya tidak terjadi ketidakpuasaan dari atasan.
3. Lebih sering mengadakan sesi *photoshot* supaya stok foto resmi hotel yang akan digunakan di *artwork* menjadi lebih bervariasi dan kreatifitas menjadi lebih luas.
4. Membuat rancangan sebuah produk dengan detail yang lebih jelas untuk menghindari revisi terus-menerus yang menyebabkan keterlambatan publikasi iklan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Permana Budi. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Agus Sulastiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel Manajemen Hotel*. Bandung Alfabeta
- Andres Kaplan, Michael Haenlein. 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azlina, A. 2015. *Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)*. E-Proceeding of Management
- Bagyono. 2012. *Teori dan Praktik: Hotel Front Office*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Bagyono. 2014. *Pariwisata dan perhotelan*. Bandung : Alfabeta
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and practice (7th ED.)*, Pearson.
- Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., 2015. *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media
- Fitriah Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Manullang, M. Esterlina Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Indomedia Pustaka.
- Prasetyo Hadi Atmoko, Heni Woidyaningsih. 2018 *Managemen dan Bisnis Perhotelan* Yogyakarta : Explore

Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Website:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> (diakses: 30 Juni 2022)

www.sthalaubudbali.com (diakses: 25 Juni 2022)

web.facebook.com (diakses: 30 Juni 2022)